

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan filantropi merupakan salah satu wujud kepedulian sosial yang telah mengakar sebagai tradisi di berbagai belahan dunia sejak berabad-abad silam. Istilah filantropi bersumber dari bahasa Yunani, yakni *philos* yang berarti cinta dan *anthropos* yang berarti manusia, sehingga secara harfiah filantropi dapat dimaknai sebagai rasa cinta terhadap sesama yang diwujudkan melalui tindakan nyata untuk membantu dan meningkatkan kesejahteraan orang lain. Pada dasarnya, filantropi merujuk pada tindakan sukarela yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk memberikan bantuan kepada pihak yang membutuhkan, baik berupa uang, tenaga, waktu, pikiran, maupun berbagai sumber daya lainnya. Kegiatan ini dilakukan tanpa mengharap imbalan material dan didorong oleh nilai-nilai kemanusiaan, empati, serta keinginan untuk menciptakan perubahan sosial yang positif.

Dalam perkembangannya, filantropi tidak hanya berfokus pada pemberian bantuan yang bersifat sementara atau karitatif, tetapi juga diarahkan pada upaya pemberdayaan masyarakat agar mampu meningkatkan kualitas hidupnya secara berkelanjutan. Oleh karena itu, filantropi menjadi salah satu instrumen penting dalam mendukung pembangunan sosial, mengurangi kesenjangan sosial, serta membantu menyelesaikan berbagai permasalahan yang dihadapi masyarakat. Melalui kegiatan filantropi, individu maupun organisasi dapat berkontribusi dalam

bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, penanggulangan bencana, kesejahteraan sosial, hingga perlindungan terhadap hewan dan makhluk hidup lainnya.

Dalam konteks masyarakat modern, filantropi tidak lagi dipandang hanya sebagai aktivitas amal atau pemberian bantuan semata, melainkan telah berkembang menjadi bentuk partisipasi sosial yang mencerminkan nilai kemanusiaan, solidaritas, dan tanggung jawab sosial. Filantropi juga menjadi sarana bagi masyarakat untuk menunjukkan kepedulian terhadap berbagai isu sosial yang terjadi di sekitarnya. Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya keterlibatan dalam kegiatan sosial menjadikan filantropi sebagai bagian dari gaya hidup dan budaya sosial yang berkembang di berbagai lapisan masyarakat. Hal ini mengindikasikan bahwa filantropi memiliki peran yang sangat penting dalam mempererat dan memperkuat hubungan antarmanusia, membangun rasa kebersamaan, serta menciptakan lingkungan sosial yang lebih inklusif dan peduli terhadap kesejahteraan sesama makhluk hidup.

Di Indonesia, budaya filantropi telah tertanam dalam dan menjadi bagian yang menyatu dengan kehidupan sosial masyarakat sehari-hari. Nilai-nilai seperti gotong royong, tolong-menolong, solidaritas, dan kepedulian terhadap sesama telah diwariskan secara turun-temurun lintas generasi. Nilai-nilai tersebut tidak hanya tercermin dalam kehidupan keseharian masyarakat, tetapi juga menjadi salah satu ciri khas bangsa Indonesia yang dikenal memiliki semangat kebersamaan dan kekeluargaan yang tinggi. Dalam berbagai situasi, baik ketika menghadapi bencana alam, kesulitan ekonomi, maupun permasalahan sosial lainnya, masyarakat

Indonesia cenderung mengedepankan sikap saling membantu tanpa membedakan latar belakang suku, agama, ras, maupun status sosial yang dimiliki.

Budaya berbagi yang berkembang di Indonesia juga dipengaruhi oleh nilai-nilai agama dan budaya yang mengajarkan pentingnya kepedulian terhadap sesama. Berbagai ajaran keagamaan mendorong umatnya untuk melakukan kegiatan sosial seperti sedekah, zakat, infaq, donasi, dan bentuk bantuan lainnya sebagai wujud tanggung jawab sosial. Selain itu, budaya lokal yang menjunjung tinggi semangat gotong royong turut memperkuat praktik filantropi di tengah masyarakat. Kombinasi antara nilai budaya dan nilai religius tersebut menjadikan aktivitas filantropi sebagai sesuatu yang dekat dengan kehidupan masyarakat Indonesia dan terus berkembang hingga saat ini.

Tingginya budaya berbagi masyarakat Indonesia tercermin dari laporan World Giving Index (WGI) 2022 yang diterbitkan oleh Charities Aid Foundation (CAF). Dalam laporan tersebut, Indonesia berhasil menduduki posisi pertama sebagai negara paling dermawan di dunia dengan raihan skor sebesar 68 persen. Penilaian World Giving Index dilakukan berdasarkan tiga indikator utama, yaitu membantu orang asing yang membutuhkan, menyumbangkan uang untuk kegiatan amal, serta melakukan kegiatan sukarela (*volunteering*). Keberhasilan Indonesia menduduki posisi teratas menunjukkan bahwa perilaku berbagi dan membantu sesama telah menjadi bagian dari kebiasaan sosial masyarakat yang dilakukan secara konsisten.

Pencapaian tersebut menjadi semakin menarik karena Indonesia berhasil mempertahankan posisinya sebagai negara paling dermawan selama lima tahun berturut-turut. Konsistensi ini menunjukkan bahwa tingginya tingkat kedermawanan masyarakat bukanlah fenomena yang bersifat sementara, melainkan telah menjadi budaya yang mengakar kuat dalam kehidupan sosial. Bahkan di tengah berbagai tantangan seperti perlambatan ekonomi, pandemi, maupun perubahan sosial yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir, semangat masyarakat untuk membantu pihak lain tetap tinggi. Hal ini memperlihatkan bahwa rasa empati dan kepedulian sosial masih menjadi nilai yang dijunjung oleh masyarakat Indonesia.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki tingkat kesadaran sosial yang tinggi terhadap berbagai permasalahan yang terjadi di sekitarnya. Kepedulian tersebut tidak hanya ditunjukkan melalui bantuan kepada sesama manusia, tetapi juga telah merambah pada berbagai isu sosial lainnya, seperti pendidikan, kesehatan, lingkungan hidup, penanggulangan bencana, hingga kesejahteraan hewan. Semakin berkembangnya pemahaman masyarakat mengenai berbagai persoalan sosial membuat aktivitas filantropi tidak lagi terbatas pada bentuk bantuan konvensional, melainkan juga mencakup berbagai gerakan sosial yang bertujuan menciptakan perubahan positif di masyarakat.

Tingginya partisipasi masyarakat dalam kegiatan filantropi menjadi modal sosial yang sangat penting bagi pembangunan bangsa. Kehadiran individu, komunitas, maupun organisasi yang aktif melakukan kegiatan sosial dapat

membantu pemerintah dalam mengatasi berbagai permasalahan sosial yang ada. Selain itu, aktivitas filantropi juga berperan dalam memperkuat kohesi sosial, meningkatkan rasa kebersamaan, serta membangun hubungan yang harmonis antar masyarakat. Oleh karena itu, budaya filantropi yang berkembang di Indonesia merupakan aset sosial yang perlu terus didukung dan dikembangkan, terutama di era digital yang memungkinkan masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan sosial secara lebih luas dan mudah.

Tingginya aktivitas filantropi di Indonesia tidak terlepas dari keberagaman ras, suku, budaya, dan agama yang hidup berdampingan di tengah masyarakat. Keberagaman tersebut melahirkan berbagai bentuk praktik filantropi yang tumbuh dan berkembang sesuai dengan kondisi sosial dan budaya masyarakat setempat. Secara umum, filantropi dapat dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu filantropi tradisional dan filantropi modern. Filantropi tradisional diwujudkan melalui pemberian bantuan secara langsung kepada individu atau kelompok yang membutuhkan, seperti pemberian makanan, pakaian, obat-obatan, maupun bantuan finansial. Bentuk filantropi ini umumnya bersifat personal dan dilakukan secara tatap muka antara pemberi dan penerima bantuan.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam praktik filantropi. Kehadiran internet dan media digital menciptakan transformasi dari filantropi tradisional menuju filantropi modern berbasis teknologi. Saat ini, masyarakat tidak lagi harus bertemu secara langsung untuk memberikan bantuan. Melalui berbagai platform digital,

kegiatan donasi kini dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja dengan proses yang lebih cepat, praktis, dan efisien. Fenomena ini kemudian dikenal sebagai filantropi digital atau digital philanthropy, yaitu aktivitas penggalangan dan penyaluran bantuan yang memanfaatkan teknologi digital sebagai media utama.

Filantropi digital berkembang seiring meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan media sosial di Indonesia. Media sosial tidak hanya difungsikan sebagai sarana komunikasi dan hiburan semata, tetapi juga menjadi ruang untuk mengkampanyekan berbagai isu sosial, kemanusiaan, lingkungan, pendidikan, hingga kesejahteraan hewan. Melalui media sosial, organisasi maupun komunitas dapat menjangkau audiens yang lebih luas, membangun hubungan dengan masyarakat, serta mengajak publik untuk terlibat dalam kegiatan sosial melalui donasi maupun aksi sukarela lainnya. Kondisi ini membuktikan bahwa media digital telah menjelma menjadi instrumen yang krusial dalam menopang keberhasilan berbagai gerakan filantropi di era modern.

Namun demikian, keberadaan media digital saja tidak cukup untuk mendorong masyarakat agar terlibat dalam aktivitas filantropi. Dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat dan terencana agar pesan sosial yang disampaikan mampu menarik perhatian, membangun kepercayaan, menumbuhkan empati, dan akhirnya mendorong tindakan nyata berupa donasi. Menurut Djufri (2017), efektivitas komunikasi dipengaruhi oleh berbagai elemen penting, mulai dari komunikator, pesan yang disampaikan, media yang digunakan, hingga tujuan komunikasi yang

ingin dicapai. Oleh karena itu, strategi komunikasi menjadi aspek yang sangat krusial dalam setiap kegiatan penggalangan dana maupun kampanye sosial.

Komunikasi pada dasarnya merupakan elemen yang melekat dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Melalui komunikasi, individu dapat membangun dan menjalin hubungan sosial, berbagi informasi, menyampaikan gagasan, serta mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain. Dalam konteks organisasi dan komunitas sosial, komunikasi berfungsi sebagai sarana untuk membangun pemahaman bersama, memperkuat hubungan dengan masyarakat, serta menciptakan dukungan terhadap tujuan yang ingin dicapai. Karena memiliki kemampuan untuk mempengaruhi cara berpikir dan bertindak seseorang, komunikasi seringkali digunakan sebagai alat persuasi untuk mengajak masyarakat berpartisipasi dalam suatu kegiatan sosial.

Strategi komunikasi menjadi semakin penting ketika aktivitas komunikasi dilakukan melalui media digital. Karakteristik media digital yang interaktif memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara individu dengan individu, individu dengan organisasi, maupun antar organisasi. Selain itu, media sosial memberi ruang kepada pengguna untuk memberikan tanggapan secara langsung melalui kolom komentar, pesan pribadi, maupun fitur interaktif lainnya. Menurut Efendi dan Arifin (2019), perkembangan media digital merupakan bagian tak terpisahkan dari revolusi industri 4.0 yang telah menghadirkan perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan sosial masyarakat. Perubahan tersebut juga

berdampak pada pola komunikasi yang semakin mengandalkan teknologi sebagai sarana utama penyebaran informasi.

Pemanfaatan media sosial dalam kegiatan filantropi semakin terlihat dengan munculnya berbagai komunitas sosial yang aktif melakukan kampanye dan penggalangan dana secara daring. Berbagai platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi mengenai kegiatan sosial, membangun kedekatan dengan audiens, serta mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam bentuk donasi maupun kegiatan sukarela. Melalui media sosial, sebuah komunitas tidak hanya dapat menyebarkan informasi, tetapi juga membangun ikatan komunitas yang memiliki kepedulian terhadap isu-isu tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan suatu gerakan filantropi tidak semata-mata ditentukan oleh tujuan sosial yang diembannya, tetapi juga oleh kemampuan komunitas tersebut dalam mengelola dan memanfaatkan komunikasi melalui media digital secara efektif.

Salah satu bentuk komunitas filantropi yang memanfaatkan media sosial dalam aktivitasnya adalah Cat Shelter SMA Plus Al Kautsar Malang. Komunitas ini merupakan wadah filantropi berbasis kesejahteraan hewan yang lahir dari kepedulian warga sekolah terhadap kondisi kucing-kucing liar dan terlantar di lingkungan sekitar sekolah. Kehadiran komunitas ini menjadi bukti bahwa nilai-nilai kemanusiaan dan kepedulian sosial tidak hanya dapat diterapkan kepada sesama manusia, tetapi juga kepada makhluk hidup lainnya yang membutuhkan perhatian dan perlindungan.

Cat Shelter SMA Plus Al Kautsar Malang berlokasi di Kota Malang, Jawa Timur, dan bernaung di bawah institusi pendidikan SMA Plus Al Kautsar Malang. Komunitas ini memiliki tujuan untuk memberikan perlindungan, perawatan, dan kesejahteraan bagi kucing-kucing yang terlantar maupun membutuhkan pertolongan medis. Selain menjadi tempat penampungan sementara bagi kucing-kucing yang diselamatkan, komunitas ini juga berperan sebagai penghubung antara masyarakat yang menemukan kucing terlantar dengan pihak yang dapat memberikan bantuan dan perawatan.

Dalam menjalankan kegiatannya, Cat Shelter membuka berbagai bentuk partisipasi masyarakat, mulai dari menjadi volunteer, memberikan bantuan berupa makanan dan perlengkapan kucing, hingga berdonasi untuk kebutuhan operasional dan biaya perawatan medis. Berbagai kegiatan yang dilakukan komunitas ini antara lain stray feeding, yaitu kegiatan memberi makan kucing-kucing liar di lingkungan sekitar, melakukan rescue terhadap kucing yang sakit atau mengalami kecelakaan, memberikan perawatan kesehatan, hingga mencari adopter bagi kucing-kucing yang telah pulih dan layak untuk diadopsi. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa keberadaan komunitas ini memiliki kontribusi nyata dalam meningkatkan kesejahteraan hewan sekaligus menumbuhkan nilai kepedulian sosial di kalangan generasi muda.

Dalam menjalankan berbagai programnya, Cat Shelter SMA Plus Al Kautsar Malang membutuhkan dukungan masyarakat dalam bentuk donasi maupun partisipasi sukarela. Oleh karena itu, media sosial menjadi salah satu sarana utama

yang diandalkan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Melalui media sosial, komunitas dapat menampilkan dokumentasi kegiatan, kondisi kucing yang membutuhkan bantuan, laporan penggunaan dana, serta berbagai konten edukasi mengenai kesejahteraan hewan. Penyampaian informasi tersebut bertujuan untuk membangun kepercayaan publik sekaligus meningkatkan minat masyarakat untuk berdonasi.

Peneliti memilih Cat Shelter SMA Plus Al Kautsar Malang sebagai subjek penelitian karena komunitas ini memiliki karakteristik yang unik dibandingkan komunitas filantropi hewan lainnya. Keunikan tersebut terletak pada latar belakang komunitas yang berasal dari lingkungan sekolah dengan keterlibatan aktif para pelajar sebagai penggerak utama kegiatan filantropi. Selain itu, isu yang diangkat berkaitan dengan kesejahteraan kucing, yang memiliki kedekatan emosional dengan masyarakat Indonesia. Berdasarkan survei Rakuten Insight Global tahun 2021, kucing tercatat sebagai hewan peliharaan yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia dengan persentase mencapai 47 persen (Santika, 2023). Tingginya minat masyarakat terhadap kucing menjadi potensi yang dapat dimanfaatkan dalam membangun kepedulian dan partisipasi masyarakat terhadap program-program yang dijalankan oleh Cat Shelter.

Meskipun demikian, tingginya ketertarikan masyarakat terhadap kucing tidak secara otomatis mendorong seseorang untuk melakukan donasi. Diperlukan strategi komunikasi bermedia yang efektif agar pesan-pesan yang disampaikan mampu membangun perhatian, kepercayaan, empati, serta mendorong munculnya

minat berdonasi. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi bermedia yang diterapkan oleh Cat Shelter SMA Plus Al Kautsar Malang dalam mendorong minat berdonasi masyarakat. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademis bagi pengembangan kajian strategi komunikasi, khususnya dalam konteks filantropi digital berbasis komunitas, serta menjadi referensi praktis bagi komunitas sosial lainnya dalam mengoptimalkan media digital untuk mendukung kegiatan penggalangan dana dan pemberdayaan masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi bermedia yang diterapkan oleh Cat Shelter SMA Plus Al Kautsar Malang dalam meningkatkan minat donasi masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi bermedia yang digunakan oleh Cat Shelter SMA Plus Al Kautsar Malang dalam meningkatkan minat donasi masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa referensi bagi peneliti lain di bidang ilmu komunikasi, khususnya yang mengkaji topik-topik sejenis.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai strategi komunikasi fundraising melalui metode crowdfunding yang diterapkan oleh Cat Shelter SMA Plus Al Kautsar Malang dalam meningkatkan minat donasi, sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu sumber informasi dan referensi yang bermanfaat.

